媒介融合环境下新闻传播方式的变化及其应对

摘　要：伴随现代科学技术的飞速发展，媒介融合已成为媒体发展的特征和方向。形式、内容、终端和网络都在不断地变化，在这种环境下，新闻的传播方式也必然会发生变化。为了促进新闻传播的进一步发展，我们必须关注媒体融合的环境，总结出适合的方法。本文分析了媒体融合环境下新闻传播模式的变化，并基于此，从多种媒介的交叉使用、新闻传播理念的更新及创新新闻的表现方式等方面提出了对应的发展策略方法。

关键词：媒介融合；传播；策略

中图分类号：G206　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2018）05-102-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.05.033

文 / 拉果吉

“媒体融合”的概念最早由麻省理工学院的伊契尔提出。在《自由的科技》中，他提出了“传播形态融合”的概念。他认为，数字电子技术的发展是历史上不同的通信形式融合的根源。随着经济的快速发展和信息技术的不断壮大，媒体的整合自然成为新闻传播发展的新趋势。在媒体融合的环境下，必须转变新闻传播的观念，探索新闻媒体融合的方向。如何在媒体整合的环境下促进新闻的传播是我们现阶段需要思考的问题。基于此，本文分析了媒介融合环境下新闻传播模式的变化及其相关的应对措施。

1. 媒介融合环境下新闻传播方式的变化

媒介融合的基本模式：媒介融合不仅涵盖文字、图片、音频和视频等传播内容的混合，而且还包括电视、报纸、手机和互联网等传播渠道的整合。媒介融合的最高境界是打破技术和行业壁垒的整体全面的大整合。媒介融合需要逐步进行，是一个渐进的过程，也是一个分工和集中不断展开，并最终形成一个全新的整体的过程。在媒介融合过程中，显示出了一定的层次性。媒介融合环境下新闻传播方式的变化主要表现在以下三个方面：

1.1 新闻渠道的变化

以前，新闻常采用垂直的方式向观众传递内容，属于单向传播，缺乏与用户的互动。如今，在社会化媒体环境下，也可以通过观众自己的人文关系网络，构建大型的信息传递网络，使单一新闻传播的形式得以改变，信息采用辐射状传播，传播迅速。如此一来，观看者还可以主动反馈或发布信息，从而可以使信息传播的互动性得以极大增强。与此同时，也相应地改变了受众获得新闻信息的渠道。这就需要新闻媒体结合社会化媒体反馈的特点，持续增加信息获取渠道，并通过各种方法传播发布新闻信息，从而满足观众信息接收的现有习惯。

1.2 传播方式的改变

人们在媒介融合环境下，常常采用新闻直播方式。21世纪初，中央电视台重组了资源，合并了强大的采编中心，建立了观众分享平台，对重大新闻事件进行实时传播，新闻首次发布情况得以提升。而媒介融合促进了同时传播到多种媒体。随之，在该环境下，仅收看新闻的模式逐渐消失，垂直转播电视节目已经不在存在，顺序播放的功能也发生了变化。新的传播方式增强了舆论导向的方式。深刻性和权威性成为传播新闻的内容趋势，具有丰富多彩的语言风格，不再是一种“吓人的程式化语言”，也引入了一些娱乐性。最近，各大电视台将启动“说新闻”，不再进行“传播新闻”，尤其对于民生新闻的播放，人们生活中的生存和现实问题成为焦点，内容的改变也更凸显细节化，从而有效地缩小了观众与新闻的距离。伴随着各种技术的进步和发展，媒介融合的趋势将继续加强，新闻传播形式将会更加彰显出全面化和多元化。

1.3 采编新闻方式的变化

在旧的新闻传播模式下，新闻来源有限，导致大量的劳动力消耗在收集和编辑工作上，它的工作效率不高，也不可能收集到全面的信息，造成传播新闻效率的降低，从而使新闻的导向作用得不到充分的发挥。如今，新的媒介融合促进了新闻信息的共享，具体表现在各种新闻信息都可以随时进行快速编辑、改变。减少了收集和编辑新闻的人力物力，同时也对实时播报新闻有帮助。与此同时，这一新媒介的出现和应用也扩大了获取新闻渠道的范围，一般的普通观众也可以提供各种新闻信息，因而大大提高了新闻传播时的原汁原味和时效性。当下，许多新闻采访和编辑工作的实现都采取分工合作方法或团队合作方法，确保快捷和真实地进行新闻采集和传播。

2. 新闻传播在媒介融合环境下的发展策略

2.1 有关媒介集团化

交叉使用很多媒介是在媒介融合环境下传播新闻的一大特点，而且很有必要加快媒介集团化的实现。可以

通过内部制度变革，实现对人员、资源和资金分配的优化。当下，大部分的媒体集团都属于事业性质，其中很大一部分采用了单位管理系统，当中含有一些问题和缺点。为了大力促进媒体的集团化，市场营销变得很重要，公司应积极采用独立法人构造方式，采用先进的企业管理制度，并扩大市场。与此同时，媒介集团也需要促进业务的多元化，将新闻传播的覆盖范围扩大。这就要求在媒介融合的环境下，所有媒介集团除了参与传统的业务领域，也应扩大到体育和零售业务领域，从而大力扩充媒介集团融资的来源，并使资本具有稳定性和可持续性，提高整个媒介集团在市场竞争中的优势，以便为新闻传播提供经济保障。应当重视的是，为了促进媒体集团拓展业务，很有必要以媒体集团自身的发展变化为基础，取得一定成绩后，才能进一步引入相关的产业业务。

媒介集团化应加大对国外现成的先进经验的引入，但要杜绝照搬和抄袭。媒介集团化时，不同于西方各国，仅靠市场经济是不可行的。所以，中国的媒介集团在兼顾市场经济特点的同时，还要进行大量的合并、重组和竞争，寻找最合适的媒介结构，当然我们必须遵循社会主义的相关政策，并严格执行社会主义制度的基本内容。针对以上情况，媒介的集团化一定要首先坚定社会主义立场，随后才能采纳国外丰富的先进媒介融合技术。

媒介产业属于标准的文化产业，它具有显著的文化元素。所以，在进行扩大和发展的时候，文化渗透很重要。应从新闻内容方面的文化性入手。中国在文明历史和文化资源方面具有很多优势，媒介集团化的过程中可以对其进行充分利用，并将中国文化元素渗透到整个媒介融合过程中，促进传媒集团的本国特色发展。

另外，可以通过产业链的开发，打造一个优秀的媒介品牌。当前，经济正在快速发展，品牌效应的建立决定着企业发展。为了给观众留下深刻的印象，并形成一个稳定的群体，有必要建立一个受观众青睐的品牌。在这种情况下，如果媒体集团想要进行深入发展，那么就必须建立一个受观众喜爱的媒体传播品牌。

很有必要强调，融合、发展媒介需要报社、出版社等其他行业的支持，离不开油墨造纸厂、制造厂等印刷公司以及光碟、电影等终端产品。任何一个环节的缺失，都将使媒介集团无法最大限度地发挥其优势。为此，媒介产品如果要在市场上获得成效，以主动创办或自身参股的方式是很有必要的，通过与这些公司的各种合作，使产业链稳定，从而大力支持新闻传播。

2.2 新闻传播理念的改革

新闻信息在媒介融合环境中的来源特点很丰富。丰富而完善的新闻数据库为传播新闻提供了保障。要使受众打心里喜爱新闻传播，使新闻得以顺畅传播，对新闻进行重组变化就显得很重要。收集新闻信息和传播新闻的人员需要在大量信息来源库中挑选典型的信息，并合理地进行组织，然后寻找出新闻产生的独特观点，来进行深入解释和分析，提高新闻传播产生的效果。而同时，要求新闻编辑和传播的工作人员进行不断创新，吸引更多观众，从而尽可能地提升新闻传播的有效性。

2.3 新闻创新的表现方式

为了加快媒介融合，亮点新闻事件的真实性也逐渐不再能够满足受众的需求，这就需要引入新闻事件的客观评价。与此同时，受众不再仅关注于还原新闻的本质的播报特征，还需要对新闻事件进行创新性的解读。在媒介融合环境下，新闻的传播方式也逐渐增多，而传统的方式已经失去了优势。为此，为了吸引了受众的注意，创新表达方式是必须的。关于相似新闻，重点不应放在细小的变化上，应注重新闻评论的创新性和独特性，以便带来全新的感觉给受众，打动受众，提高新闻传播的有效性。另外，还应使新闻传播的特色得以增强。对有关新闻评论方面增加多样化，提高受众关注度，建立稳定、持续的受众群体，从而提高新闻媒体在市场中的优势，实现新闻传播的快速发展。

结语

总之，在当前信息技术的高度发展与媒介融合的环境下，新闻传播方向在逐渐发生变化。媒介融合带来了媒体生态环境的巨大变化，新闻传播效果显著增强。采用可促进媒介融合的方法，从而实现更快、更轻松、自由和人性化的新闻传播，促进新闻的高效传播。对新闻传播进行合理的管理和操作，才能使新闻事业更加繁荣。媒

参考文献

[1] 王言浩．媒介融合的动因与现实路径选择研究 [D]. 山东师范大学，2011.
[2] 杜琳．媒介融合背景下融合新闻传播效应与策略研究 [D]. 渤海大学，2014.
[3] 郑晓华．媒介融合时代地方高校新闻教育的困境与发展路径 [D]. 南昌大学，2010.
[4] 刘扬．媒体融合环境下市级电视台发展对策研究 [D]. 中南大学，2010.
[5] 曾军辉．电视媒体与微博融合传播研究 [D]. 中国社会科学院研究生院，2013.

（作者单位：海南藏族自治州电视台）